

Nõo Realgümnaasium



Juhendajad: Svetlana Keisk, Marek Mekk

2020/2021

MISSIOON

Meie peamine missioon on väärindada eestimaist mett, pakkudes klientidele uuenduslikku ja meeli ergutavat maitsekogemust.

TOODE

Meemehed pakuvad uudset ja põnevat **maitsemett**. Toodete põhikomponendiks on mesi, mis on pärit Valgamaalt. Meele lisame omakorda erinevaid huvitavaid komponente, mis **annavad meele uusi kasutusvõimalusi**. Uudseteks kasutusvõimalusteks on näiteks **maitsemeest kakao ja tee valmistamine, liha marineerimine** ning palju muud. Meie tooted jagunevad laias laastus kolme gruppi, mida tutvustame aruandes lähemalt.



FINANTSÜLEVAADE

KASUMIARUANNE	28.04.21
TULUD	2784,39€
KULUD	1963,78€
KASUM	820,61€

Laos on 402 euro väärtuses tooteid (67tk).

TÖÖVÕIDUD

- Uuenduslikud tooted
- Toidukäitlemis luba, koduköök
- Virtuaallaadal „Rahva lemmik“
- Konkursi „Nupp Nokib“ I koht
- TOP 3 konkursil „Välk“
- Edukas müük e-poes

HINNANG TEGEVUSELE

Firmat asutades panime paika kaks peamist eesmärki. Esimeseks eesmärgiks oli **luua toimiv ja edukas õpilasfirma**, millel oleks potentsiaali areneda ka päris ettevõtteks. Õpilasfirma **Meemehed osutus edukaks** – saavutasime head müüginumbrid ja võitsime mitmeid auhindu.

Teiseks eesmärgiks oli tootearenduse tulemusel tuua turule **innovaatiline toode**. Sellega saime hästi hakkama – Meemehed tõid turule **uuenduslikud ja meeli ergutavad maitsemeed**. Toote arenduse käigus viisime läbi mitmeid tootetestimisi ja -uuendusi, panime kirja testitud retseptid, tegime esmase turu-uuringu, kogusime ja analüüsisime tagasisidet. Lõpuks määratlesime kindla tootevaliku ja arendasime välja retseptid vastavalt tagasisidele.

SISUKORD

MISSIOON	2
TOODE	2
FINANTSÜLEVAADE	2
TÖÖVÕIDUD	2
HINNANG TEGEVUSELE	2
FIRMA ALGUSLUGU	3
MEEMEHED	3
ÄRIPLAAN	4
TOODE	4
TOOTMINE	5
TOOTEARENDUS	6
MÜÜK	7
TURUNDUS	8
FINANTSARUANNE	9
TAKISTUSTE ÜLETAMINE	10
TULEVIK	11
TAGASIVAADE	11

FIRMA ALGUSLUGU

Idee, sel õppeaastal õpilasfirmat teha, sai alguse 2020. aasta suvel. Algselt oli plaanis avada mobiilne mokteiliputka (mokteil – alkoholivaba kokteil) – pandeemia tõttu loobusime. Otsisime uuesti ideid, jõudsime tagasi kolme aasta taguse ideeni, kui kaks praeguse firma liiget tegid kaheksandas klassis minifirmat ning tootsid erinevaid meevõideid. Tundsime, et see ettevõtmine jäi poolikuks, justkui mingi eesmärk jäi saavutamata ja nii otsustasimegi idee taas ellu äratada. Vaatasime „vana“ idee kriitilise pilguga üle ning alustasime ajurünnakutega, otsustasime välja jätta või, et toote säilimisaeg oleks pikem. Seejärel uurisime – mis oleks selle toote juures see, mida teistel sarnastel toodetel pole. Tooteid valmistades panime paberile kirja kõik retseptid ning andsime valminud segu maitsele, konsistentsile ja välimusele hinnangu. Valmistatud tooteid testisid nii meie pereliikmed kui ka sõbrad, samuti püüdsime mõista, milliseid tooteid klient ostaks. Testimine kestis nädalaid, analüüsid saadud tagasisidet, valisime välja parimad maitsemeed. **Tootetestimisel avastasime, et šokolaadi maitsemeest saab teha kakaojooki –meevõidest sai uudsete kasutusalaadega maitsemeesi.**

Nime leidmisega oli meil omamoodi lugu – registreerides Noorte Ettevõtlikkuse Labori mentorklubisse, tuli kirja panna õpilasfirma nimi, seda meil aga veel ei olnud. Panime kirja esimese sõna, mis pähe tuli – „Meemehed“. See nimi hakkas meile üha rohkem meeldima, kontrollisime äriregistrist nime saadavust ning saime teada, et nimi on vaba ning meie firma nimeks jäigi Meemehed. Kõige sarnasema nimega ettevõtte Eestis on Meemees. Samuti on veel teisi meega seotud nimesid, kuid meid iseloomustab see nimi kõige rohkem.

MEEMEHEDE

Õpilasfirma esimesel koosolekul otsustasime ametid jagada järgmiselt:

Firmajuht on **Morris Tann**, kelle vastustusala on: firmaliikmete motiveeritus, **asjatoimetuste sujumine** ning kommunikatsiooni toimimine. Firmajuhiks valiti Morris just seetõttu, et tal on olemas vajalikud juhiomadused – ta on julge, distsiplineeritud ja vastutustundlik. **Finantsjuhiks** sai **Helmo Oja**, kelle vastutusala on **raamatupidamine**, kus tuleb vaadata, et numbrid sobiks ning finantsarvestuses rahalist ebakõla poleks. Tema oli õpilasfirma tegemine täiesti uus kogemus. Helmo kasuks rääkis tema varasem kokkupuude raamatupidamisega pereettevõttes. **Turundusjuhi** rolli hakkas täitma **Rasmus Susi**, kelle vastutusala oli jälgida, et meie **firma oleks inimestele nähtav**. Turundusjuhiks sai ta seepärast, et tema hobideks on foto- ja videograafia. Tema hallata on sotsiaalmeedia, mida ta hoiab aktiivsena – teeb postitusi, reklaamfotosid ja tutvustavaid videoid. Lisaks nimetatud ametitele täidame enamus tööülesandeid koos: toodame, käime laatal, täidame tellimusi, otsime uusi müügikanaleid ning tegeleme tootearendusega.

Firmaliikmed olid juba esimesel koosolekul ühisel nõul, et tülisid, vaidluseid ja eriarvamusi tuleb kindlasti palju, kuid tehti kokkulepe, et ükskõik kui keeruliseks olukord ei lähe, leitakse kompromiss.

Perioodi jooksul oleme end täiendanud erinevatel koolitustel ning tutvunud erinevate õppematerjalidega ja saanud uusi teadmisi firmaga tegelemiseks. Samuti oleme konkursi „Välk“ raames kohtunud mitmete mentoritega ja saanud palju praktilisi teadmisi ja oskusi. Meeskonna liikmete arengu võtame kokku aruande lõpus, tagasivaate alapeatükis.

ÄRIPLAAN

Me ei teinud pikka ja keerulist klassikalist äriplaani, vaid tegime *Canvas*'e ärimudeli. Meie äriplaani sisaldas vastuseid järgnevatele küsimustele: „**mida?**“, „**kuidas?**“, „**kellele?**“. Peamisi äriplaani muudatusi kajastame allolevas tabelis.

	Algselt	Nüüd
Mida?	Meevõided ja marja-jahudega maitsemeed	Uuenduslikud maitsemeed šokolaadiga ja ürtidega – liha marineerimine, kakaojoogi valmistamine, tee tegemine.
Kuidas?	Toota- Sarnaselt, nagu kolm aastat tagasi Kliendini jõuda – laatadel	Toota- Efektiivsem, odavam, kauem säiliv. Kliendini jõuda- E-pood, aktiivne sotsiaalmeedia
Kellele?	Magusa-sõpradele	35-aastane naine, kes soovib tervislikult maiustada

Tegevusaja jooksul muutus meie äriplaani üsna palju. Meevõidest ja marjajahuga maitsemeest jäi alles vaid viimane ning arendasime välja hoopis uuenduslikud maitsemeed. Ka tootmisprotsess on muutunud - kasutame uusi koostisosad ja tehnoloogiad ning mõõdame maitsemee niiskussisaldust. Meie esmane määratletud sihtrühm muutus tegevuse käigus täpsemaks. **Algne eesmärk** äriplaanis järgi oli teenida firmale **300 eurone kasum, nüüdseks** on see juba **821 eurot**.

TOODE

Toodete põhikomponendiks on mesi, mis on pärit Valgamaalt. Tooted jagunevad kasutusala ja komponentide põhjal **kolme gruppi**.

Kui lisame mee tumedat šokolaadi ja vastavat koostisosa, saame tulemuseks šokolaadimaitse maitsemee,



mis kuulub meie toodete **esimesse gruppi**. Need sobivad määrdeks näiteks soojadele pannkookidele või röstsaiadele.

Neist saab valmistada uudseid, maitsvaid ning tervislikke kakaojooke. Selles viimases peitubki meie toote peamine uuenduslikkus.

Šokolaadimaitsemeed:

- piparmündi-šokolaadi;
- rummi-šokolaadi;
- bergamoti-mandli-šokolaadi;
- tumeda šokolaadi;

- sidruni-šokolaadi
- apelsini-šokolaadi

Teiseks tootegrupiks on teega seotud maitsemed. Nendest kaks, maasika-jõhvika- ja astelpaju maitsemesi on valmistatud marjajahudest ning on mõeldud tee sisse segamiseks, et teele mõnusalt magus marjamaitse lisada.

Sellesse gruppi kuulub ka piparmündi maitsemesi, mis on mõeldud klassikalise piparmündi tee valmistamiseks. See koosneb meest ja ise kuivatatud ning jahvatatud piparmündist. Nagu šokolaadi maitsemed, sobivad ka kõik need eelnimetatud maitsemed sooja pannkoogi või röstsaiaga.

Teega seotud maitsemed:

- maasika-jõhvika;
- astelpaju;
- piparmündi.

Kolmandasse gruppi kuulub hetkel üks vürtsikas toode ja grill-liha marineerimiseks mõeldud ürdimesi. Vürtsikaks maitsemeeks on ürdi-pipra maitsemesi, mis teeb kokandushuviliste elu lihtsamaks ja huvitavamaks. See koosneb meest ja erinevatest ürtidest ning on mõeldud ahjuliha marineerimiseks ja küpsetamiseks. Kui tavaliselt tuleb ise liha marineerides või maitsestades kõik komponendid eraldi lisada, siis nüüd saab vaid lisada ürdi- pipra maitsemee, kus on juba ürdid ja sool sees. Mesi seob kõik need komponendid omavahel ja aitab neil liha sisse imbuda. Lisaks sellele annab mesi lihale mõnusa magusa-vürtsika maitse. Samal põhimõttel töötab ka grill-liha segu, millega on lihtne grillimiseks mõeldud toodetele uutset maitset anda.

Vürtsikad maitsemed:

- ürdi-pipra;
- grill-liha maitsemesi.

Omahind

Toote omahind ei koosne ainult toorainest ja pakendist, vaid ka turundus-, transpordi- ja muudest muutuvatest kuludest ning laada osavõtumaksust. Oleme teadlikud, et toote omahind peaks sisaldama ka töötasu, aga asutamisel otsustasime, et maksame töötasude asemel õppeaasta lõpus dividendid. Hetkel on meie toote omahind üsna kõrge, sest kasutame kvaliteetset Eestimaist toorainet, mille hind on keskmisest kallim. Samuti on tootehinda tõstnud sildi kujundus, tootetestimiseks vajaminev materjal, ebaõnnestunud sildipartii ja muud sellised väljaminekud. Aja jooksul on meie toote omahind vähenenud ning väheneb veelgi.

TOOTMINE

Toote valmimisprotsess:

- tooraine ja pakendi varumine;
- maitsemee valmistamine;
- pakendamine;
- sildistamine;
- ladustamine.

Maitsemee tootmine võib tunduda üsna lihtne protsess, kuid tegelikult peab tegema kõike väga täpselt. Näiteks šokolaadi sulatades ei tohi sattuda sinna niiskust, muidu läheb šokolaad tükki ja säilivusaeg väheneb. **Testime** valminud **maitsemee niiskusprotsenti**, kui see on alla 10, siis ei lähe mesi käärima. Mesi on hästi lõhnatundlik – kõik ümbritsevad tugevamad lõhnad võtab ta enda sisse. Lõhnad ei muuda küll mee puhul maitset, aga sellegipoolest peab tootmiskeskond olema võimalikult lõhnavaba. Tootmiseks kasutame vahustatud mett, et see segu seistes kõvaks ei läheks. See tähendab ka seda, et kui lisame meelega komponente, peab segamine olema minimaalne.

Kui müük internetis muutus **korrapäraseks**, siis **tekkis vajadus toidukäitlemisloa järele**. Meie jaoks oli see pikk ja keeruline protsess. Pidime tegema tootmiskoha majajoonise koos lähiümbrusega, kus on peal jäätmete, toorainete ja valmis toodete liikumisteedkonnad ja lisaks sellele tuli veel palju infot esitada. Peale mitmete dokumentide täitmist ja pidevat suhtlust Põllumajandus- ja Toiduametiga **saime loa tootmiseks**. Loa jaoks pidime ka **e-poodi lisama** täpse **toitumisalase teabe**, mis sisaldab energia, rasva, küllastunud rasvhapete, süsivesikute, suhkrute, valkude ja soolade täpset kogust. Pidime määrama ka toodetele säilivuskuupäeva.

Toote pakend

Toote üheks väga tähtsaks osaks on ka pakend. Meie pakkelahendus on keeratava kaanega klaaspurk. **Klaaspurgi valik** tuleneb sellest, et see on **taaskasutatav**. Selleks, et toode tähelepanu tõmbaks, on vaja ilusat kujundust. **Kasutame** kõigi toodete puhul **ühtlast visuaali**, et oleks kohe aru saada - tegemist on meie toodetega. Meie pakend on kujundatud järgnevalt: kaane peal on logo, purgi külje peal silt, kus peal on kirjas mis maitsemeega on tegemist. Purgi all on veel üks silt, kus on kirjas koostisosade täpsed kogused. Lisaks sellele kasutame ka saatmispakendit, mille sisse pakendame oma toote, et see kliendile pakiautomaati saata.

TOOTEARENDEUS

Toote puhul on alati oluline tootearendus, seda tegime ka meie:

Esimene tootetestimine (20.okt)

Testimine algas šokolaadi ja mee kokkusegamisega, mille käigus avastasime, et šokolaadi maitsemesi sobib hästi kuuma piima sisse – tulemuseks on mõnus

kakaojook. Paralleelselt arendasime välja marjajahudega maitsemeed, mille retseptide loomine läks kõige lihtsamalt, sest teadsime umbes suurusjärku, kui palju marjajahu peab meelega lisama. Arvasime, et need tooted pole eriti uuenduslikud, sest marjajahudega mett toodavad ka konkurendid, kuid otsustasime siiski inimestele neid maitsta anda ning saime üllatavalt palju head tagasisidet. Avastasime ka selle, et marjamesi on väga hea tee sisse segamiseks. Tänu heale tagasisidele otsustasime turule tuua tugevama ja konkreetsema marjamaitsega maitsemeed. Valminud tooted: maasikajõhvika, astelpaju, šokolaadi.

Teine tootetestimine (27.okt)

Tootevaliku laiendamiseks otsustasime kasutada erimaitselisi šokolaade ja essentse ning saime huvitavaid maitsekoosluseid. Valminud tooted: piparmündi-šokolaadi, šokolaadi-bergamoti-mandli ning šokolaadi-rummi maitsemeed.

Kolmas tootetestimine (10.nov)

Selle tootearenduse käigus testisime pipramündi maitsemett, mis on mõeldud klassikalise pipramünditee valmistamiseks. Seda on kliendil mugav kasutada – ei pea eraldi mett ja piparmünti lisama, vaid saab kõik ühest purgist. Tahtsime ka midagi **mitte magusat turule tuua** ning alustasime ideede genereerimisega. Ürdi-pipra maitsemesi vajas palju arendamist, sest pidime ise välja töötama retsepti, mis sisaldaks täpselt õiges koguses ürte, pipraid ja soola, nii et liha tuleks hea. Alustasime selle toote arendamist vastu talve ning seetõttu lähtusime põhimõttest, et see peaks sobima eelkõige ahjulihale. See tähendas, et tootetestimine vajas liha marineerimist ja küpsetamist, mis võttis palju aega ja ressursi. Saabumas olid jõulud, seega tahtsime turule tuua ka mõne jõuluteemalise toote. Otsustasime katsetada

piparkoogimaitselist toodet ning see oli imemaitsev. Valminud tooted: piparmündi, ürdi-pipra, piparkoogi.

Neljas tootetestimine (18.dets)

Sellel tootetestimisel arendasime välja apelsini-šokolaadi maitsemee. Kasutasime sama retsepti, mida ka piparmündi-šokolaadi maitsemeel.

Viies tootetestimine (18.aprill)

Tahtsime šokolaaditoodete valikut veelgi põnevamate maitsetega laiendada ning seeläbi valmis sidruni-šokolaadi maitsemesi, mis meenutab nõukogudeaegset sidruni-šokolaadi kommi.

Kuues tootetestimine (20.aprill)

Algamas on grillihooaeg, seetõttu alustasime tootekatsetusi, et teada saada, kas suudame luua maitsemee, mis sobib ka grill-liha marineerimiseks ja maitsestamiseks. Saime paika toote retsepti ning loodame selle mai alguses turule tuua.

MÜÜK

Enne toote müügile toomist tegelesime sellega, et see oleks täiuslik – hea maitse, parajalt kreemjas konsistents, kena toote välimus ning vajalikku infot kajastav pakend. Lähtusime filosoofiast, et kui suudame toote teha piisavalt heaks ja atraktiivseks, on võimalik, et toode aitab end ise paremini turundada. Müümise käigus kogusime klientidelt pidevalt tagasisidet ning võimalusel ka arvestasime sellega. Esialgu määratlesime oma peamiseks müügi-kohtadeks laadad, sest tooted valmisid vahetult enne jõuluperioodi. Mõistsime, et maitsemesi on väga hea jõulukink ning lootsime peamist müüki teha just jõululaatadel.

Detsembri alguses, enne jõule, tõusis tellimuste arv märgatavalt. Olime jõudnud käia vaid kolmel laadal, teha paar sotsiaalmeedia postitust ning juba hakkasid inimesed esitama kümneid tellimusi

päevas. Kõige kiiremale ajale sattus aga distantsõpe, mis tähendas, et saime oma aega jagada vastavalt vajadusele. Saime õppimise sättida päeva peale nii, et saaksime inimeste tellimused võimalikult ruttu täita – kas siis Valga piires kohale viia või üle Eesti postiga saata.

Ära jäetud Tartu Õpilasfirmade Jõululaada tõttu anti mentorklubis käivatele õpilasfirmadele siiski võimalus oma tooteid Tartu Kaubamajas müüa. Meie olime ainsad, kes pakkumise vastu võtsid. Müük ei läinud küll nii hästi, kui laatadel tavaliselt, aga sellegipoolest oli see uudne kogemus. Laadamüügi kõrvalt hakkasime firma sotsiaalmeediasse postitusi tegema, et internetis klientidele nähtav olla ning valmistuda järjekordseks pandeemia perioodiks. Üsna pea hakkas nakatumiste arv taas tõusma ja mõistsime, et varsti saame ainult internetis turundada ja müüa. Tunne oli õige – varsti antigi teada, et Tallinnas toimuv suur Junior Achievementi korraldatav iga-aastane õpilasfirmade laat lükkub edasi ning seejärel otsustati, et see toimub hoopis veebis virtuaallaadana. See oli meile eriliseks müügikogemuseks. Enne seda oli vaja toimima saada e-pood, et kliendil oleks mugav meie tooteid endale tellida.



Kõikitehased ja laadised maitsemeed.

Meie valmistamisel on kasutatud Lõuna-Eestis toodetud Seavete & Loos mett. Kõik tooted on valmistatud käsitööna ning rõhke armastusega. Toodeid on väike ja kiirel ajalt kasutatavaid, määri saale, ome pan-nakale, tee kakaod, sega tee eise või tooda marmelat! Ita – hea omale soovi!

Tähtsust: Toote hoidmine on võimalik 2-5 aastani. Kui toode on muutunud, siis ei tohiks tootega niisuguseid ühendusi et see toode tootmisse mitte loomise ku 7. 2018-2019.

Säilitamine: Säilitada toatemperatuuril (peremtemperatuuril) või külmas (ühemhõlm)



ŠOKOLAADI-SIDRUNI



ŠOKOLAADI



ŠOKOLAADI-PIIPARMÜNDI

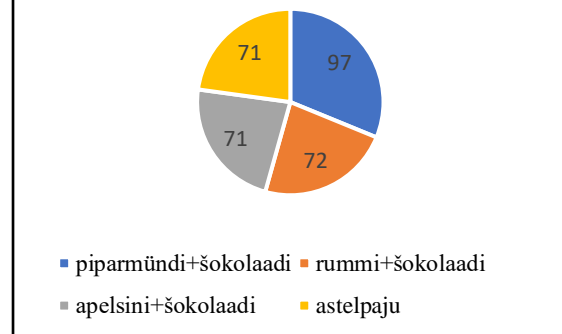
Tahtsime, et meie laadaboks näeks välja täpselt nagu päris ja seadsime eesmärgiks

see niimoodi kujundada ning saime sellega edukalt hakkama.

Kahepäevase usina töö ja katsetamise tulemusena toimisid kvaliteetsed heli- ja videosüsteemid nii, et saime klientidele oma toodet paremini tutvustada ja müüa. Laadapäev oli tihe – meie virtuaalboksi küllastasid nii kliendid kui ka žürii-liikmed. Tegime aktiivselt tootetutvustust ning müüsimise seeläbi 16 toodet. Junior Achievementi veebilehel toimus stuudioformaadis otseülekanne, kus testiti erinevaid tooteid, sealhulgas oli esindatud ka meie toode. Studios tehti otseintervjuusid erinevate laadalistega ning meie olime ühed neist, kellel õnnestus vaatajatele üle kogu Eesti oma toodet tutvustada. Sellel laadal saime rahvalemniku tiitli. Virtuaallaat andis hoogu meie e-poele ning nüüd on enamus tellimusi tulnud selle kaudu. Hetkel on meie tooted müügis veel Valga populaarseimas juuksurisalongis, JA Eesti e-poes, Valgamaa info portaalis ning ka Saaremaa KEK-is (KEK - Kena Elu Keskus). Meil on ka püsiklient, kes tellib ning toodab meie maitsemeest maitsvaid šokolaadi pomme, millest saab valmistada kakaod. Prognoositav igakuine tellimuste arv selle kliendi poolt on suve lõpuks vähemalt 50 toodet korraga. Aruande esitamise hetkel on käivad meil läbirääkimised kütusefirmaga Terminal ja Nõo Vallaga. Tehing nendega peaks teostuma mai alguses.

Praeguseks on müüdnud 499 toodet. Enimmüüdnud toode on piparmündi-šokolaadi maitsemesi (97), sellele järgnevad suhteliselt võrdselt rummi-šokolaadi maitsemesi (72), apelsini-šokolaadi maitsemesi (71) ning astelpaju maitsemesi (71).

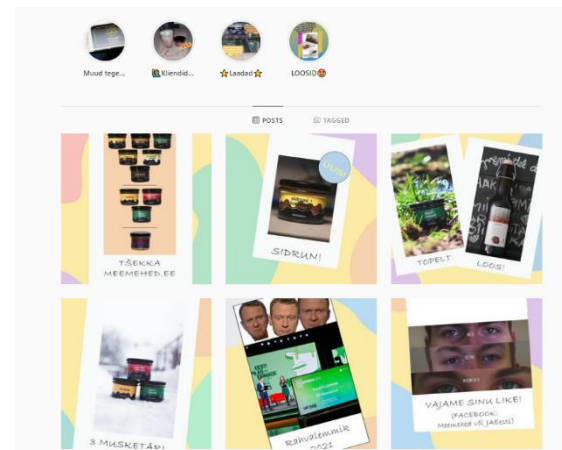
Enim müüdnud tooted



Kõige suurema müügi tegime Valga keskväljakul toimunud jõuluturul, kus müüsimise nelja tunniga 60 toodet.

TURUNDUS

Peamised turundusmeetodid, mida kasutasime, olid reklaamid ja tarbijamängud erinevates sotsiaalmeedia kanalites, mille hüvanguks oleme kinkinud kokku 12 toodet. Meie üheks eesmärgiks on olnud sotsiaalmeedia kontode jälgijate arvu suurendamine, lootes seeläbi laiendada klientuuri. Oleme korraldanud neli loosi tarbijamängu põhimõttel. Kõige edukam neist oli esimene, mille korraldasime *Instagram*'is.



See läks väga hästi, sest selle raames saime palju uusi jälgijaid. Järgmistes loosimängudes osalevad inimesed olid osaliselt samad, kes esimeses loosis osalesid.

Tegeleme veel aktiivselt turundusega ja plaanime pidevalt jälgijaid juurde saada.

Instagram'i ja Facebook'i põhine turu-uuring näitas, et meie peamiseks kliendiks on 35-aastane naine.

Meie [Facebook](#)'i jälgib 28.04.2021 seisuga 518 inimest, kellest 507 on meie lehe ka meeldivaks märkinud. [Instagram](#)'is on meie kontol 610 jälgijat.

Firma ja toodete reklaamimiseks oleme kasutanud ka reklaamvideoid. Hetkel on meie **kolme videot vaadatud** erinevatel platvormidel **kokku 7916 korda**.

Oleme analüüsinud statistikat [e-poe](#) külastajate kohta. **Meie veebilehel** on kokku 700 külastust ning **437 unikaalset külastajat**, mis näitab, et paljud inimesed külastavad meie e-poodi mitu korda. Statistika kohaselt ei külastata meie veebilehte mitte ainult Eestist, vaid külastusi on USA-st, Prantsusmaalt, Iirimaalt, Soomest ja teistest riikidest. E-poe statistikast näeme, et meie veebilehe pooled külastajad on veebipoe külastuseks kasutanud arvutit ning pooled telefoni. Sellest järeldame, et meie veebipood on kenasti kasutatav ka telefonis. Lisaks saame vaadata, kuidas meie veebileheni jõutud on. 263 külastust on tehtud meie e-poodi otse, ehk kirjutanud aadressiribale meie veebipoe link, sellest järeldame, et teadlikkus meie e-poe kohta on üsna hea. Veebruaris oli külastuste arv kõige suurem, sellele aitas kaasa virtuaallaat. Siis avati meie veebipood peamiselt JA Eesti lehel või mõnes *Facebook*'i postituses olevale lingile vajutades. E-poe tegutsemisajal on 173 korda avatud meie veebipood lingile vajutades. 160 külastust on tehtud klikates meie lingile sotsiaalmeedias ning 148 külastust on tehtud otsingumootori kaudu. Veebipoes oleme müünud kokku 44 toodet. Praeguseks hetkeks on meie **e-pood kakskeelne** – eesti- ja inglise keelne ning seeläbi loodame külastajate ja klientide arvu veelgi suurendada.

Kodukandis on meie parimaks reklaamikanaliks olnud info levimine inimeselt inimesele. Turundamisele ja müügile on aidanud ja aitavad kaasa ka konkurssidel (Nupp Nokib, Välk) ja laatadel osalemised ning sealt saadud auhinnad. Inimestele meeldib osta toodet, mis on pälvinud tähelepanu – see annab neile kindlustunde, et toode on hea.

FINANTSARUANNE

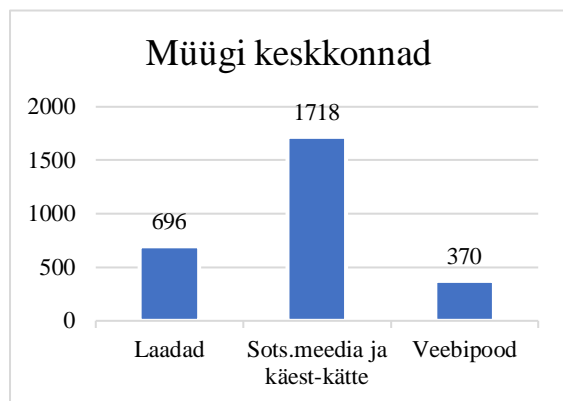
Firma algkapitaliks on 150€, millesse panustasid kõik kolm firmaliiget võrdselt 50€. Õige pea selgus aga tõsiasi, et algkapitalist ei piisa ning peame firmale **450€ lisakapitali laenama**, mis on praeguseks hetkeks tagasi makstud.

Tegutsemisperioodi jooksul firma liikmed omale palka ei maksnud, vaid investeerisid teenitud peamiselt tootmisesse, et hiljem rohkem teenida. Palga asemel makstakse õpilasfirma liikmetele tegevuse lõpetades teenitud kasum dividendidena. On mei

KASUMIARUANNE	28.04.21
1. TULUD	
1.1 Toodete müügitulu	2784,39€
TULUD KOKKU	2784,39€
2. KULUD	
2.1. Tootmiskulud	1849,60€
2.2. Muud	114,18
KULUD KOKKU	1963,78€
3.ARUANDEPERIOODI KASUM	820,61€

BILANSS (eurodes) (28.04.2021)			
Aktiva		Passiva	
Raha kassas	970,61	Aktsia-kapital	150
		Kasum	820,61
KOKKU	970,61	KOKKU	970,61

Kokku oleme teeninud tulu toodete müügist 2784,39€. Oleme osalenud viiel laadal, kus teenisime kokku 696€. Sotsiaalmeedias ja käest kätte müügiga oleme teeninud 1718€. Veebipoest oleme teeninud 370,39€ (sh. virtuaallaat).



Kõik kulud olid kokku 1963,78€ millest tootmiskulud on 1849,60€, muud kulud olid 114,18€. Praeguseks on laos olevate toodete väärtus 402€. Konkursi „**Nupp nokib**“ võidusumma 300€ laekub meie kassasse **mai** kuu **alguses**, selle planeerime investeerida tootmisesse.

TAKISTUSTE ÜLETAMINE

Aasta jooksul on loomulikult ette tulnud mitmeid raskusi:

Õige konsistentsiga mee leidmine

Pärast mitmeid tootekatsetusi otsustasime vahustatud mee kasuks, mis on parajalt kreemjas ning ei muutu tahkeks.

Varajane etikettide tellimine

Esimesed tootkleebised saime kätte paar tundi enne laata, need olid kohati halvasti loetavad, kuid aega oli liiga vähe, et nendega enne laata midagi ette võtta.

Toote infosiltide kontrollimine

Esimese laada käigus avastasime, et toote all oleva infosildi säilivuskuupäev oli vale – 2021 asemel oli 2020. Selle laada käigus parandasime vigased sildid pliatsiga ning

hiljem vahetasime müüdü toodete sildid välja.

Laadaboksi ettevalmistamine

Kontrollime edaspidi alati laadaboksi kujunduselemendid üle, et vältida ebamugavaid olukordi kortsus laudlina või koju jäänud asjade pärast.

Toidukäitlemisloa taotlemine

Hakates tegelema ka regulaarse müügiga vajasime toidukäitlemisloa. See protsess osutus arvatust pikemaks ja keerulisemaks. Nõudmised olid kohati väga keeruliselt mõistetavad ning palju kasutati termineid, millega pidime end kurssi viima.

E-poe loomine

Veebipoe arendamine oli üsna keeruline ja aeganõudev protsess, millega oleksime pidanud varem alustama. Samuti oli raske luua e-poele kaardimaksüsteemi, sest erinevalt päris ettevõttest ei pakkunud ükski pank meile kui õpilasfirmale sellist võimalust.

Tootele parima saatmispakendi leidmine

Kodudes napib taaskasutatavat pakkematerjali. Samas ei tahtnud me endale poest osta ka valmispakendeid, sest see oleks toote omahinda tõstnud. Oleme aga aru saanud, et investering valmis pakkevahenditesse tuleb teha, et muuta saatmine operatiivsemaks, lihtsamaks ning vähem aega nõudvaks.

Müügi prognoosimine ja piisava laovaru hoidmine

Vältimaks kliendi pikka ooteaega, tuleks kõiki tooteid ja tooraineid piisava varuga laos hoida. Selleks peame müügi koguseid paremini prognoosima.

Korrektse raamatupidamise täitmine

Kõik tehingud tuleks igapäevaselt raamatupidamises ära märkida, et hiljem ei tekiks segadust ega „mälulünki“.

TULEVIK

Meie jaoks on oluline **toote järjepidev arendamine**, sealhulgas kasutusvõimaluste ja sortimendi laiendamine. Selleks on meil lähitulevikus plaanis:

- välja töötada suvise tervisliku kokteili või smuuti retsept;
- tuua turule maitsemeesi, mis sobiks toorsalatile lisamiseks;
- luua erinevaid hooajatooteid;
- muuta šokolaadimaitsemeede konsistentsid pehmemaks;
- luua veel tee valmistamiseks mõeldud tooteid.

Tahame **õpilasfirma arengusse veel panustada**. Parima lõpptulemuse nimel teeme tööd ja näeme vaeva, et järelejäanud nelja kuu jooksul aimu saada, **kas ja kui mõistlik** meil oleks **asutada päris ettevõtte**. Selleks, et paremini selgusele jõuda, plaanime:

- tõlkida lisaks eesti ja inglise keelele e-pood ka vene keelde;
- muuta tootmine efektiivsemaks;
- hoida laoseisu ja müüki tasakaalus;
- leida toodetele edasimüüjad;
- pakkuda erineva suurusega tooteid;
- leida mugavama ja otstarbekama pakkelahenduse veebitellimustele;
- kaaluda maitsemee pakendamist alumiiniumtuubi.

TAGASIVAADE

Oleme perioodi jooksul õppinud kuidas oma toodet ja firmat arendada ning kliendi vajadusi rahuldada. Kõik püstitatud eesmärgid said täidetud. Läbisime ettevõtte elutsükli täites ettevõtja rolli, arendasime meeskonnatöö oskusi ja loovust – töötasime koos ühtselt ühiste eesmärkide nimel ning genereerisime palju erinevaid ja uudseid ideid. Perioodi jooksul oleme saanud palju teadlikumaks ja pädevamaks turundusalal. Tõime turule tootearenduse käigus uuenduslikud maitsemeed. Õpilasfirma

tegevusaja jooksul tuli meil hakkama saada ootamatute olukordadega. Klientidega suheldes ja erinevatel õpilasfirmade konkurssidel osaledes saime praktiseerida avalikku esinemist ning õppisime toodet paremini presenteerima. Aktiivset müüki tehes arenes meie suhtlemis- ja esitlemisoskus, õppisime perioodi jooksul paremini aega planeerima ning kõigil paranes ka pingetaluvus.

Individaalsed arengud

Morris – firma ja meeskonnatöö juhtimine, dokumentatsiooni järgimine ja täitmine (firma asutamine, firma pangakonto avamine toidukäitlemiseluba). Samuti päris ettevõtjatega suhtlemine ning asjaajamine.

Helmo- esmase laadamüügikogemuse ja raamatupidamisteadmiste omandamine JA Eesti õpilasfirma programmis. Samuti kogu õpilasfirma protsessi teadmiste omandamine ning praktiseerimine.

Rasmus- E-poe loomine ja arendamine, sotsiaalmeedia haldamine, teadmiste- ja oskuste areng foto- ning videograafias, toidukäitlemisloa taotlemine, enesekontrolliplaani koostamine.

Kuigi me kõik oleme erinevad, täiendasime teineteist ning saime ühtseks hästi toimivaks meeskonnaks.

Oleme olnud loovad.

Oleme olnud töökad ja tublid.

Oleme andnud endast parima. Aamen.

Teeme omale pai ning täname:



Juhendajad: Svetlana Keisk ja Marek Mekk